

## ABSTRAK

**Muhammad Afif Fahrudin, 1820310206, Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Hambatan Beralih Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Pengguna Kartu IM3 Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah Iain Kudus Angkatan 2018-2021.”**

Perkembangan yang semakin pesat pada teknologi telekomunikasi secara langsung maupun tidak langsung mendominasi perkembangan dunia bisnis. Munculnya beberapa operator seluler menimbulkan persaingan yang semakin ketat pada industri telekomunikasi selular, termasuk pada pengguna kartu IM3. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh pengaruh, hambatan beralih dan kepercayaan pelanggan terhadap retensi pelanggan pengguna kartu IM3. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian survei Teknik yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *pusposive sampling*, dan jumlah sampel 88 responden. Alat pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 16.

Hasil penelitian dari pengujian hipotesis menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan pengguna kartu IM3, dengan hasil  $t_{hitung} 2,066 > t_{tabel} 1,663$  dan signifikansi  $0,042 < 0,05$ . Hambatan beralih berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan pengguna kartu IM3, dengan hasil  $t_{hitung} 2,244 > t_{tabel} 1,663$  dan signifikansi  $0,027 < 0,05$ . Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan pengguna kartu IM3, dengan hasil  $t_{hitung} 8,944 > t_{tabel} 1,663$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Diperoleh hasil perhitungan bahwa  $F_{hitung} = 85,444 > F_{tabel} = 2,150$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,744, yang artinya retensi pelanggan dapat dijelaskan oleh kepuasan pelanggan, hambatan beralih, dan kepercayaan pelanggan sebesar 74,4%, sedangkan sisanya 25,6% dipengaruhi variabel lain diluar model regresi yang digunakan.

**Kata Kunci:** kepuasan pelanggan, hambatan beralih, kepercayaan pelanggan, retensi pelanggan